

## Chroniques

---

Volume 11, Number 1, March 1992

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1078952ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1078952ar>

[See table of contents](#)

---

### Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

### ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

---

### Cite this document

(1992). Chroniques. *Téoros*, 11(1), 47–53. <https://doi.org/10.7202/1078952ar>

## CHRONIQUES

Un supplément par les étudiants-es et les diplômés-es du Module de gestion et intervention touristiques de l'UQAM

### CHRONIQUE Événement

par Charles Bélanger

Depuis le début de l'année 1992, année consacrée au tourisme des Amériques par l'Organisation mondiale du Tourisme (OMT), l'actualité touristique québécoise est bien vivante; et pour cause, si l'on considère les événements et enjeux qui en font la manchette. Du dépôt de l'énoncé de politique en passant par la création d'une Chaire en tourisme à l'UQAM et le renouvellement de l'entente fédérale-provinciale, jusqu'à la relance du dossier casino et l'éclatement de celui sur la centrale de réservation, on peut dire que l'hiver n'a pas été trop ennuyeux. Certains ont toutefois dû le trouver un peu long et doivent avoir hâte que le printemps ramène avec lui des visiteurs qu'on espère toujours plus nombreux.

Dans le cadre de cette chronique, nous vous proposons un survol commenté de cette actualité. Comme dans une visite guidée, nous nous arrêterons à certains endroits pour mieux découvrir les principaux sites!

#### Le domaine «Des saisons et des gens»

Ce domaine ne date pas d'hier. Il a subi au cours des années de nombreux travaux de restauration et à changé maintes fois d'appellation. Mais c'est en janvier dernier qu'on lui a donné un statut officiel. Vous l'aurez deviné, il s'agit de **L'Énoncé de politique et plan d'action en matière de tourisme** dont le maître d'oeuvre est le ministère du Tourisme. La devise que l'architecte en chef, monsieur André Vallerand lui a assigné: le partenariat, force motrice de l'industrie touristique.

Reprenant essentiellement le contenu du projet d'énoncé de politique, ce document se

veut nouveau au chapitre du plan d'action de mise en oeuvre pour les trois prochaines années. L'objectif majeur de cette politique est celui de doubler les recettes touristiques du Québec pour atteindre les 7,7 milliards de dollars d'ici l'an 2000. Pour y parvenir, il faut s'engager sur la voie d'un partenariat renouvelé avec l'industrie qu'on définit comme «une participation accrue de la part de tous les intervenants, qu'ils soient tant du secteur public que du secteur privé; la synergie des idées et la canalisation des ressources en représentent les principes de base».

Trois grands axes d'intervention supportent la structure de cet énoncé: la mise en marché, le développement de l'offre et la formation/sensibilisation. Pour chaque axe d'intervention, on retrouve, dans le cadre de différents volets, un certain nombre d'actions comprenant à leur tour une panoplie d'activités. Au niveau de la mise en marché, on retrouve bien sûr le volet promotion pour lequel l'industrie n'a cessé de demander un effort accru de la part du Ministère, que ce soit par la mise sur pied d'une nouvelle formule de partenariat (par exemple par la création d'une société d'économie mixte pour la promotion du tourisme québécois) ou simplement par l'injection de nouveaux argent. Pour donner plus de poids à leurs revendications, on se souviendra que des intervenants se sont regroupés au sein d'une *Coalition de l'industrie touristique québécoise* et que l'ATRAQ, qui regroupe les 19 associations touristiques régionales a fait réaliser un sondage auprès de la population qui affirmait dans une proportion de 67,5% que le gouvernement du Québec ne fait pas suffisamment d'efforts pour la promotion touristique du Québec (les résultats ont toutefois été publiés après le dépôt de l'énoncé). La nouvelle politique met surtout l'accent sur *l'association avec des partenaires de renom par le biais de commandites et sur les projets de promotion mixtes*. Ces partenaires sont des entreprises telles que TVA, Desjardins, MacDonald's, Okeefe ou des grands événements touristiques comme le Festival de Jazz, le Carnaval de Québec ou le Grand Prix automobile du Canada. Outre le volet promotion, il y a celui sur le développement des marchés et celui concernant l'accueil et les services aux clientèles à l'intérieur duquel on retrouve la mise en place d'une Centrale de réservation touristique. Nous en reparlons.

En ce qui a trait au développement de l'offre, le deuxième axe d'intervention, les principales actions concernent les points suivants:

- révision du programme d'aide à l'investissement avec la SDI;
- conclusion d'une nouvelle entente Canada-Québec sur le développement touristique;
- prospection continue du savoir-faire des investisseurs;
- nouvelle réglementation sur les établissements touristiques;
- amélioration de la signalisation routière;
- classification des éléments de l'offre (dont la classification hôtelière);
- renouvellement des attraits d'excellence (Vieux-Québec, Vieux-Montréal, Biôdome, Parc marin);
- consolidation des produits (grandes villes, séjours de villégiature, congrès et réunions: l'amélioration des infrastructures de congrès à Québec et les besoins d'agrandissement du Palais des congrès de Montréal).

Enfin, sur le plan de la formation/sensibilisation, qui constitue le troisième grand axe d'intervention, il faut souligner la mise sur pied d'un programme d'études universitaire en gestion hôtelière et restauration qui se donnera conjointement par l'ITHQ et l'UQAM. Ce programme déjà réalisé constitue la troisième concentration du baccalauréat en gestion et intervention touristiques offert à l'UQAM depuis plus de 10 ans. Parmi les autres initiatives prévues, il faut mentionner la volonté d'accentuer la formation sur mesure en entreprise, l'organisation d'un colloque (peut-être annuel) sur la formation de même que la création d'un comité permanent de développement des ressources humaines en tourisme.

Les réactions à cet énoncé? Une brève revue de presse nous permet d'en arriver au constat suivant: réactions prudentes ou plutôt négatives. Pour s'en convaincre, il suffit de mentionner quelques titres: «Décrochés de la réalité», «Une réécriture de ce qui existait», «On attend du concret», «Un ministre sans boussole». En fait, les seules réactions positives semblent porter sur le fait qu'il s'agisse véritablement d'une première politique officielle en matière de tourisme et que cela représente peut-être *les signes d'une nouvelle maturité*. Mais au fait, que reproche-t-on?

Pour certains, c'est le peu de *moyens* à mettre en oeuvre dans les régions par rapport aux villes de Montréal et Québec, pour d'autres, l'absence du tourisme parmi les grappes industrielles du ministre Tremblay laisse planer des doutes sur l'importance accordée à ce secteur; pour d'autres encore, le thème central du partenariat ne devrait pas être vu comme l'idée de l'année. De la part de l'opposition officielle, on croit qu'il aurait été bon de pousser un peu plus loin la réflexion sur les concepts de culture/nature (sur lesquels reposent les campagnes promotionnelles) en les définissant. Cela rejoint un peu une autre critique trouvant que l'approche envisagée est trop exclusivement économique au détriment de ses dimensions culturelles et sociales. On espère aussi du concret de cet énoncé et l'on croit qu'une table de concertation regroupant des représentants des divers milieux pourrait faciliter les choses. Enfin, certains affirment que le ministre passe sous silence les choses essentielles (l'effet de la TVQ qui doit entrer en vigueur en juillet, la baisse importante du taux d'occupation à Montréal) et que les quelques bonnes idées n'avaient pas besoin de toute une politique.

Que penser de tout cela? Il faut certes se réjouir d'avoir une politique officielle car, ce jalon étant posé, on peut espérer qu'à l'avenir l'idée pour un gouvernement de se doter d'une politique touristique sera quelque chose de *normal* tout comme c'est le cas dans d'autres secteurs. L'idée de partenariat renouvelé, qu'on la considère usée ou originale, ne semble pas être tombé, du moins pour l'instant, dans un terrain propice assurant sa croissance effective au cours des prochains mois; le dossier sur le Central de réservation touristique en étant l'exemple le plus démonstratif. Au moment d'écrire ces lignes, le dossier est «sur la glace» et il est difficile d'en prévoir l'issue finale. À l'heure où l'on observe une plus grande tendance à la concertation au Québec, que ce soit entre syndicats et patrons ou dans d'autres secteurs, on dirait que c'est parfois très pénible dans le domaine du tourisme d'aboutir à quelque chose qui va dans le sens de l'intérêt collectif. Le dossier *casino* qui a fait bien du remue-ménage semble enfin prendre une direction qui va dans ce sens. Du côté de la formation, il faut se féliciter des mesures envisagées. On semble avoir compris que la matière grise est la matière première de toute industrie tertiaire, de services. C'est sur ce point que je vous convie à notre prochain endroit.

## La «Chaire» UQAM

Rassurez-vous, le tour du propriétaire prendra moins de temps que le précédent. Pas besoin de chercher de midi à quatorze heures pour se rendre compte que les activités en tourisme bouillonnent à l'UQAM. Bon d'accord, je prêche pour ma paroisse, mais allez voir un peu ailleurs et vous verrez bien que ce que je vous dis est partagé par plusieurs. Regardez par exemple cette nouvelle École des sciences de la gestion. Mais là où je veux attirer votre attention c'est sur la création d'une **Chaire en tourisme**, qui a pu voir le jour grâce à l'octroi d'une subvention de 500 000 \$ du ministère du Tourisme pour les cinq prochaines années. Pas si mal en temps de récession. Cette Chaire en tourisme, une première au Canada, vient renforcer la notoriété de l'UQAM dans le domaine de la formation et de la recherche en tourisme et permettra aussi une plus grande coopération avec l'industrie.

Les activités de la Chaire se feront sur trois fronts, à savoir la recherche, la formation et la diffusion de l'information. Au chapitre de la recherche, on encouragera principalement les projets consacrés à la gestion des entreprises touristiques, l'analyse du travail des gestionnaires et les besoins des touristes-consommateurs. Des exemples de projets: analyser la productivité des entreprises et la qualité des services offerts ou analyser les techniques de commercialisation des services touristiques et les outils de haute technologie disponibles pour automatiser la prise de décision.

Dans le domaine de la formation, la Chaire sera à même de stimuler la création de nouveaux cours dans le programme de baccalauréat en gestion et intervention touristiques et dans les programmes de 2e et 3e cycles, dont celui de la maîtrise en gestion et planification touristiques en cours d'élaboration. La Chaire permettra aussi à des gestionnaires d'entreprises et aux intervenants des secteurs public, parapublic et associatif de participer à des programmes d'échanges et de stages avec le milieu universitaire.

Enfin, la Chaire aura comme mandat de diffuser de l'information sur les nouvelles tendances en matière de gestion et de planification touristiques, par l'organisation de séminaires, de colloques, de cours intensifs et par des discussions sur des cas. Le premier directeur de cette Chaire est monsieur Michel Archambault.

## Le site «prospectif»

Le site «prospectif» est un endroit très fréquenté par tous ceux qui s'interrogent sur l'avenir et les tendances futures de l'industrie touristique. On y retrouve souvent des économistes qui tentent par tous les moyens de mettre des chiffres sur ces tendances. Ce site est intéressant car il peut nous réserver des surprises à chaque année. Allons donc voir ce que nous réserve l'année 1992.

Très modérée. C'est sur ces deux mots que s'ouvrait la **Conférence annuelle sur les perspectives touristiques du Québec 1992**, pour qualifier la reprise économique et la croissance du secteur touristique au Québec en 1992. Conséquences de cela? D'abord un impact négatif sur le nombre de voyages d'affaires à destination du Québec (on prévoit un taux de croissance inférieur à 3%), ce qui vaut aussi pour les voyages d'agrément alors qu'on prévoit un taux de croissance de seulement 2% et un niveau d'activité plus bas qu'en 1990.

Si l'on prévoit une bonne année pour le tourisme français (taux de croissance de 9%), on s'attend à un ralentissement du côté des touristes américains et du côté des touristes québécois voyageant chez eux (cette part de marché ayant le taux de croissance le plus faible). Les principaux facteurs responsables de cette situation seraient: l'extension de la TVQ aux services en juillet, le niveau des taxes sur l'essence et le tabac, le pessimisme des Québécois face à l'économie (et peut-être leur avenir constitutionnel) et le taux de change \$ canadien/\$ américain élevé. Du côté de l'offre, les perspectives ne semblent pas plus roses alors que l'on prévoit un taux de croissance de seulement 1% du PIB hébergement au Québec, celui-ci ayant chuté de 8,3% au cours de la récession 1990-1991.

À quoi ressemble maintenant le nouveau touriste des années 1990? On observe dans la génération du *baby boom*, qui atteint maintenant la quarantaine, une plus grande tendance à voyager à cause d'une plus grande stabilité financière et d'une place de plus en plus importante donnée aux valeurs familiales. Concernant le temps de loisirs disponible, on observe un certain paradoxe. D'une part, il y a une augmentation du temps libre pour le marché dit *grisonnant* et d'autre part, les gens travaillent de plus en plus et voient leur semaine de travail de 35 heures s'allonger plutôt que diminuer. Enfin, la recherche de produits authentiques (on suit moins la mode) et un accroissement pour des

cours d'initiation sont des caractéristiques importantes devant être prises en compte par les entreprises qui doivent aussi considérer l'avènement du phénomène vert et ses exigences: un équilibre harmonieux entre le développement touristique et la conservation de l'environnement.

Avant de terminer, quelques mots sur les Fêtes du 350e anniversaire de Montréal dont le président, monsieur Patrick Kenniff, est venu nous entretenir. Il a soulevé dans son allocution, une question intéressante: «Quelle sera l'augmentation du nombre de touristes à Montréal en 1992, en raison de la tenue des Fêtes du 350e? Il a répondu qu'avec une augmentation de 15%, l'objectif pour cette année (1992) serait accomplie en espérant qu'il y ait aussi des retombées à plus long terme. Force est de constater que monsieur Kenniff est très optimiste car selon les données de l'OCTGM, on prévoit une hausse de 5% du nombre de touristes de 1991 à 1992 pour la grande région de Montréal alors qu'entre 1990 et 1991 on enregistrait une baisse de 4%.

Cette conférence a aussi été l'occasion d'annoncer à la presse le renouvellement de l'entente fédérale-provinciale. Ce sera la prochaine étape de notre visite.

### La maison Canada-Québec

À l'intérieur de cette demeure, on peut assister à des discussions entre les deux paliers de gouvernement. Heureusement, dans le domaine du tourisme il n'y a pas trop de tiraillements lorsqu'on le compare à d'autres secteurs où le partage des pouvoirs donne lieu à des affrontements qui s'éternisent. On assiste donc à une certaine coopération entre le fédéral et le provincial qui se traduit par des ententes; la plus récente est le renouvellement de l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique qui contient une enveloppe financière globale de 100 millions de dollars répartie sur cinq ans, soit de 1992 à 1997.

La consolidation, le développement des produits touristiques et l'investissement dans des projets d'équipements et d'attraits susceptibles d'attirer une clientèle internationale constituent le premier objectif de cette entente pour lequel on prévoit allouer une somme de 60 millions de dollars sous forme d'aide. Le positionnement du Québec sur les marchés internationaux retiendra quant à lui 36 millions de dollars affectés à des activités



Prix de la petite entreprise touristique. De gauche à droite : M. Serge Cloutier, vice-président, service de réservation Le Réseau, M. Luigi Liberatore, président, Bureau de commerce de Montréal, M. Normand Paquette, président, service de réservation Le Réseau, M. Pierre Brodeur, directeur général, I.T.H.Q.

de promotion et de commercialisation. Enfin, pour la réalisation d'études et de recherches en appui aux deux précédents objectifs on a réservé une somme de 4 millions de dollars.

S'il faut se réjouir de cette nouvelle entente, qui vient remplacer celle échue en 1990, il faut bien dire qu'il ne s'agit pas d'argent nouveaux, ces montants étant déjà prévus dans les budgets des ministères respectifs. On préserve donc les acquis. Mais ce genre d'ententes va-t-il se poursuivre si, telles que le laisse entrevoir les propositions fédérales en matière constitutionnelle, le gouvernement central laisse aux provinces la compétence exclusive dans ce domaine? La dernière entente a bien servi le développement du produit *ski alpin*; il faut souhaiter que la nouvelle soit aussi bénéfique pour d'autres produits.

On ne peut terminer ainsi ce périple. C'est pourquoi je vous propose, pour terminer sur un air de fête, d'assister à un gala.

### Le Gala du tourisme

Il s'agit du Gala du tourisme et des ambassadeurs de grands congrès de Montréal. Lors de cette grande soirée annuelle où on couronne les lauréats du niveau régional (Montréal) des Grands Prix du Tourisme Québécois, deux diplômés du module de gestion et d'intervention touristiques de

l'UQAM ont remporté un «Ulysse» pour le prix de la petite entreprise touristique. Il s'agit de Serge Cloutier et Normand Paquette qui tiennent le phare du Service de réservation Le Réseau. Ce prix leur a été attribué pour leur service personnalisé qui constitue la marque de commerce de cette entreprise spécialisée dans la réservation de chambres d'hôtels (voir chronique, *Téoros*, vol. 8, no 3, 1989). L'avenir de cette entreprise est toutefois lié à ce qu'il adviendra du projet d'une Centrale de réservation touristique. Pour l'instant c'est l'incertitude à ce propos.

Autre fait à souligner lors de ce gala, la mise en nomination du module de gestion et d'intervention touristiques de l'UQAM dans la nouvelle catégorie *entreprise publique*. Ce candidat avait toutefois des compétiteurs de taille dont le Jardin botanique de Montréal qui a remporté le prix pour son Jardin de Chine. Les récipiendaires des autres catégories furent:

L'hôtel Vogue: Prix de l'accueil touristique pour sa stratégie originale visant la clientèle d'affaires européenne.

Point de Vue Canada: Prix du développement touristique pour sa campagne de promotion entourant le Rallye de Motoneiges Harricana.

Le Festival Juste pour Rire: Prix de l'événement touristique.

Péto-Canada: Prix de l'innovation touristique pour l'accueil des touristes américains aux postes frontières.

L'Association des Hôtels du Grand Montréal: Prix de la promotion touristique, pour la campagne Montréal Fantastique.

Le Restaurant Chez La Mère Michel: Prix de la gastronomie québécoise pour l'excellence de sa table.

## CHRONIQUE Publication

par Jalal Alwidadi

OCDE, Comité du tourisme, **Inventaire des mesures perçues comme constituant des obstacles au tourisme international dans la zone de l'OCDE**, Organisation de coopération et de développement économiques, Paris, 1991, 61 p.

Comparé à d'autres branches d'activités du secteur tertiaire, le tourisme international a connu une expansion rapide et spectaculaire tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la zone de l'OCDE. Cette vitalité, il la doit en grande partie à un cadre juridico-légal remarquablement dépourvu de pratiques protectionnistes et discriminatoires.

Afin de maintenir cette structure ouverte et concurrentielle, l'OCDE, à travers son Comité du tourisme, a dressé une liste des diverses mesures susceptibles d'entraver la libéralisation du tourisme international. De ce fait, l'inventaire, dans sa version 1991, se présente comme un outil de contrôle utile et maniable qui vient compléter la *déclaration-recommandation du Conseil concernant la politique dans le domaine du tourisme international*, principal instrument international dont s'est dotée l'OCDE à partir de novembre 1985 en matière de tourisme.

Les auteurs ont jugé utile d'insérer 2 annexes entre l'introduction et l'inventaire proprement dit:

- L'introduction rappelle brièvement la contribution du Comité du tourisme au

programme général de travail initié par l'OCDE en vue d'aménager un cadre d'évaluation des activités de service dans leur ensemble à l'échelle des pays membres de l'organisation, dans un premier temps, et au niveau du GATT par la suite. Cette partie se prolonge par une série d'informations concernant les buts du répertoire et ses divers champs d'application. De même, une légende appropriée, accompagnée de définitions, permet de mieux lire l'inventaire.

- L'annexe I est un résumé succinct des rôles des codes de l'OCDE et de ses instruments par rapport aux investissements directs de l'étranger. L'un des aspects essentiels à retenir est que le principe du *traitement national* se trouve à la base de la libéralisation prônée et mise en oeuvre dans les codes. Ces derniers jouissent du même statut juridique que les décisions de l'OCDE qui lient tous les pays membres. En y adhérant, les pays concernés s'engagent à supprimer leurs mesures restrictives par un certain nombre d'opérations invisibles courantes et de mouvements de capitaux.

- L'annexe II a été conçue pour permettre au lecteur d'appréhender l'inventaire et d'en saisir la logique sans devoir consulter d'autres documents de l'OCDE. La terminologie adoptée dans les différentes parties de l'inventaire y est également explicitée.

- La dernière partie du document est consacrée à l'inventaire. Ce dernier est exposé sous la forme d'un tableau qui répertorie par pays:

- les mesures en question;
- leurs justifications;
- le type d'obstacles qu'elles représentent;
- et enfin, les remarques et observations éventuelles qui s'y rattachent.

Il est important de séparer l'inventaire en 2 parties:

- La première section traite des mesures touchant les voyageurs internationaux. Elle est directement associée à la rubrique *Voyages et tourisme* du code de la libéralisation des opérations invisibles-courantes; on y aborde donc toutes les questions liées aux allocations de devises et aux moyens de paiement.

- La deuxième section traite surtout des restrictions et des mesures discriminatoires à l'encontre d'entreprises non-nationales désireuses d'offrir leurs services à une clientèle dans d'autres pays de l'OCDE. Elle est plus étroitement liée au code de la libération des mouvements de capitaux et à l'instrument relatif au traitement national.

Ce document, en plus de fournir des informations de base pour les travaux de l'OCDE sur la libéralisation totale dans le secteur des services, constitue un recueil pour quiconque, dans l'organisation ou en-dehors, a besoin de savoir quelle est la situation dans les pays membres, s'agissant aussi bien du touriste privé que du tourisme ou d'une entreprise connexe.

Le chapitre six regroupe des statistiques révélatrices: 7 indicateurs de mesure sont analysés et 11 tableaux d'interprétations confirment la nécessité de l'aide au départ en vacances, en 1991, malgré la morosité du climat économique.

La saisie des informations recueillies tout le long des six sections précédentes permet alors de se pencher sur les choix distincts qui s'offrent au Québec en matière d'aide à la personne pour faciliter le départ en vacances. Ces choix sont au nombre de quatre et sont assortis cependant de 2 préalables:

- les subventions gouvernementales, comme le recommandait déjà le rapport du groupe de travail sur le loisir touristique en 1988;
- l'institution et la création d'une fondation privée qui encouragera le départ en vacances de clientèles ciblées comme les jeunes, les familles à revenus modestes, les retraités, etc.;
- la création d'un Office national des vacances, dont le rôle moteur entraînera dans son sillage d'autres intervenants et drainera des initiatives intéressantes;
- enfin, prévoir un crédit d'impôt pour les vacances prises au Québec.

Ce moyen original utilise l'incitatif fiscal pour stimuler les vacances au Québec et induire une plus grande activité économique dans les régions.

Deux préalables s'imposent à ces propositions: tenir une table de concertation et

engager d'autres études techniques sur la question.

JOLIN, Louis et SAMSON, Marcel, **La volonté de favoriser le départ en vacances: une préoccupation mondiale**, Montréal, MLCP, juin 1991, 66 p.

L'accessibilité universelle aux vacances quelle que soit la classe sociale des individus, un luxe ou une nécessité? À cette question, Louis Jolin et Marcel Samson, professeurs au département d'études urbaines et touristiques de l'Université du Québec à Montréal, ont apporté des éléments de réponse en réalisant, pour le compte du MLCP, l'étude qui s'intitule *La volonté de favoriser le départ en vacances: une préoccupation mondiale*.

Si pour le Québec, où l'on retrouve les mêmes exigences d'accessibilité, cette recherche se contente de suggérer des choix viables d'intervention, il n'en demeure pas moins que les objectifs du rapport sont surtout de dégager des pistes de réflexion et d'action appropriées en matière d'aide à la personne pour encourager le départ en vacances.

Pour ce faire, les auteurs présentent un document principal de 66 pages auquel se joint un répertoire d'annexes pertinents.

Le premier des sept chapitres, après avoir résumé la situation générale du tourisme social en Europe, recense les diverses formules et mesures qui y sont appliquées. Cinq d'entre elles sont analysées: le bon de vacances en France, le pécule de vacances en Belgique, le carnet de vacances en Grèce, les chèques-vacances Suisses et Français et, enfin, le fonds de vacances Danois. Cette partie est complétée par une brève projection dans l'avenir à l'horizon européen et sous les contraintes économiques et budgétaires.

Le chapitre deux, sans se vouloir exhaustif, retrace quelques-unes des principales propositions émanant des interlocuteurs du monde du loisir pendant la période allant de 1981, date de dépôt du Livre blanc sur le loisir, à 1988. Ces revendications sont parties du constat de *non-départ* en vacances d'un fort pourcentage de la population faute de ressources financières suffisantes. Sans pour autant constituer des options idéales, il faut reconnaître que bon nombre d'alternatives proposées seraient susceptibles de pallier à ce constat. Pour l'exemple, nous retiendrons

ici les recommandations du groupe de travail sur le loisir touristique présenté au Comité du suivi du Sommet québécois du loisir en mai 1988. Dans son rapport, le groupe de travail suggérait entre autres la mise sur pied d'une table de concertation permanente regroupant les organismes désireux de soutenir les individus qui désirent partir en vacances; de même, le groupe de travail proposait au MLCP de lancer un programme de subventions destiné aux organismes communautaires; enfin, il préconisait un engagement formel du gouvernement quant au principe de l'aide au départ.

Malgré l'insuffisance de ses actions, l'État a tout de même initié quelques programmes depuis 1981. Le chapitre trois dresse une liste chronologique des réalisations majeures en matière d'incitation au voyage. La section s'attarde en particulier sur le programme *Découverte du Québec*, créé en 1969 puis abandonné en 1986 et sur la formule du *Per diem*. Ce dernier, en vigueur depuis 1975, permet, en subventionnant le fonctionnement de certains camps de vacances, à la clientèle des conseils des services sociaux de séjourner dans ce type de structure d'accueil.

Le chapitre quatre est un aperçu des différentes interventions des partenaires en matière d'aide à la personne. Il y est surtout question des efforts significatifs de quatre organismes:

- Centaide Montréal, dont les engagements en font un acteur de premier plan dans la problématique de l'accessibilité aux vacances des plus démunis;
- CLSC-Vallée des Forts dont les initiatives concernent plus particulièrement les enfants issus de milieux défavorisés;
- le club Richelieu-Lavallois;
- la Mutuelle des fonctionnaires, enfin, offre un service basé sur la rémunération de l'épargne prélevée mensuellement sur les salaires en vue du budget-vacances.

L'étude de messieurs Jolin et Samson soulève une problématique dont le dénouement tient à coeur à toutes les parties concernées. Leur constat d'appréciation révèle les insuffisances au niveau de la législation et des politiques du gouvernement mais il montre surtout que le besoin pour les vacances n'est pas tout à fait reconnu socialement, ce qui justifie l'utilité de cette recherche dont le

mérite est d'avoir apporté et confirmé des alternatives originales et viables pour le Québec.

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE, SCIENCES ET TECHNOLOGIE DU CANADA, **Étude des perceptions en matière de prix/valeur dans le secteur du tourisme, les points saillants**, Ottawa, 1991, 30 p.

Le présent document s'insère dans une série de six rapports produits par le Groupe-conseil Coopers & Lybrand.

L'importance de l'industrie canadienne du tourisme ne saurait être sous-estimée. Le tourisme a engendré 26 milliards de dollars de recettes en 1990 et a généré 600 000 emplois directs.

Les objectifs de cette étude sont de mieux cibler les exigences, en matière de produits touristiques, de différentes catégories de touristes en visite au Canada.

Commandité à un moment où l'industrie touristique canadienne doit faire face à une concurrence accrue, le rapport tente en fait d'appréhender les perceptions des visiteurs quant à la qualité et aux prix des produits touristiques qui leur sont offerts au Canada. Cette démarche est particulière et originale dans la mesure où elle tente de cerner l'impact des prix dans leur rapport avec la qualité et par conséquent, l'impact des prix sur les exigences et les attentes des touristes.

L'étude a été réalisée en quatre tranches qui s'étendent de janvier 1990 à septembre 1990.

- La première et la deuxième étape consistent à des enquêtes téléphoniques aux USA et au Canada. Cet *audit* a pu évaluer les perceptions des prix de produits touristiques par les visiteurs.
- La troisième étape se résume à une enquête auprès de différentes catégories de touristes à différents points de sortie. Ce sondage a permis de recueillir les remarques et les observations des touristes quittant le pays.
- La dernière étape a été consacrée à l'analyse des options choisies par des visiteurs Américains en partance pour le Canada.

Il est nécessaire de rappeler que les résultats de ces enquêtes ont été obtenus avant l'entrée en vigueur de la TPS. Les caractéristiques des visiteurs Américains et Canadiens font paraître l'objet d'une description détaillée. Nous constaterons que si l'échantillon de touristes Américains décrit un éventail assez large d'individus, l'échantillon des touristes Canadiens, par contre, est beaucoup plus restreint.

Cette recherche, dont la principale vocation est de fournir à l'industrie touristique des renseignements-clés afin de mieux lutter contre la concurrence, paraît limitée: les données recueillies restent peu représentatives. En revanche, elle a permis une meilleure compréhension de certains éléments dont les suivants:

- le rôle et l'importance des perceptions en matière de prix/valeur: les facteurs qualitatifs - la beauté des sites, la découverte, etc. - sont plus importants que le prix dans le choix d'une destination de voyage;
- les forces et les faiblesses de la structure canadienne des prix: les Canadiens sont plus sensibles aux prix que les visiteurs étrangers au Canada et le prix est moins important pour les voyageurs plus âgés et plus aisés.

## CHRONIQUE Bibliographie

par Guylaine Surprenant

### NOUVELLES PUBLICATIONS

- Ces nouvelles publications sont disponibles au:
- Centre d'études du tourisme: (514) 987-8516 (CET)
  - Centre de documentation du ministère du Tourisme du Québec à Québec: (418) 643-5090 (MTQ) à Montréal: (514) 873-7977 (MTM)
  - Centre de référence et de documentation touristique du Tourisme Canada à Ottawa: (613) 954-3943 (CRDT)

- AFFAIRES EXTÉRIEURES ET COMMERCE EXTÉRIEUR CANADA, **Profil du marché du tourisme aux États-Unis et outre-mer, foires commerciales de l'industrie touristique et salons grand public**, Ottawa, 1991, 143 p. (MTM).
- AMERICAN AUTOMOBILE ASSOCIATION, **The AAA Guide to North America's Theme Parks**, Toronto: Collier Books, 1991, 256 p. (MTM).
- AMERICAN HOTEL AND MOTEL ASSOCIATION, **1991 Who's Who in the Lodging Industry**, Washington, D.C., 1991, 1061 p. (MTQ).
- ARCHIBALD, J., **Corporate Responsibility and Traveller Security in Tourism-Related Industries**, Proceedings of Third Annual Tourism Manage-

- ment Colloquium, McGill University, 1990, 538 p. (CET).
- ASSOCIATION INTERNATIONALE DES PALAIS DES CONGRES, **Worldwide Convention Centres Directory**, 1991, 80 p. (CRDT).
- ASTA, **Travel Industry World Yearbook - The Big Picture**, 1991, 155 p. (CRDT).
- BACHMAN, Kimberley, **Compensation Planning Outlook for 1992: Tourism and Hospitality Industry**, Ottawa: Canadian Tourism Research Institute, 1991, 22 p. (MTM).
- BRILLET, Sandrine, **Le réseau piéton intérieur de Montréal: vers une politique d'identification et de valorisation touristique**, mémoire de maîtrise en aménagement, Institut d'aménagement de l'Université de Paris IV-Sorbonne, 1991, 156 p. (CET).
- BUREAU OF TOURISM RESEARCH, **Tourism Statistical Review 1990**, Canberra, Commonwealth of Australia, 1991, 82 p. (CET).
- CANADIAN TOURISM RESEARCH INSTITUTE, **1991 Salary and Benefits Survey - Accommodation and Food Service Industry**, 1991, 135 p. (CRDT).
- CENTER FOR RESPONSIBLE TOURISM, **Tourism and Ecology: The Impact of Travel on a Fragile Earth**, 1989, 40 p. (CRDT).
- CLUZEAU, Patrick, **Le camping au Québec: portrait du camping au Québec en 1990, de son importance économique et de son évolution récente**, Québec, ministère du Tourisme, 1991, 75 p. (MTM) (MTQ) (CET) (CRDT).
- CLUZEAU, Patrick, **Le Québec touristique: indicateurs sur les marchés et sur les secteurs touristiques de 1980 à 1990**, Québec, ministère du Tourisme, Direction de la recherche, 1991, 552 p. (MTM) (MTQ) (CET).
- CLUZEAU, Patrick, DROUIN, Réjean, **Les nouvelles régions touristiques (1989) et les nouvelles régions administratives (1989) du Québec. Leur délimitation, leurs territoires constitutifs, leur correspondance et leur numérotation**, ministère du Tourisme, avril 1991, 14 p. (CET).
- COALITION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE QUÉBÉCOISE, **Pour une relance immédiate du tourisme québécois**, octobre 1991, 13 p. (CET).
- Convention and Meetings Canada, **Effective Markham**, Ontario, 1991-1992, 528 p. (CET).
- CROP EXPRESS, **Profil des visiteurs et des non visiteurs de la Tour du Stade olympique, rapport final**, sondage d'opinions, 1990, 6 p. (CET).
- DIRECTION DES ÉTABLISSEMENTS TOURISTIQUES, **Le ministère du Tourisme et vous**, ministère du Tourisme, 1991, 41 p. (MTM) (MTQ).
- DUMONT, Claude, **Mémoire présenté à la Commission de développement économique**, Président ACTA-Québec, 1991, 8 p. (CET).
- GRUPE-CONSEIL COOPERS ET LYBRAND, **Perceptions en matière de prix/valeur dans le secteur du tourisme: points saillants**, Ottawa: Tourisme Canada, 1991, 30 p. (MTM) (MTQ) (CRDT).
- IDALL, D.R., **Tourism and Economic Development in Eastern Europe and the Soviet Union**, 321 p. (CRDT).
- INSTITUT DU PLEIN-AIR QUÉBÉCOIS, **Analyse de faisabilité et plan directeur de mise en oeuvre du parc écologique du littoral**, juin 1990, 147 p. (CRDT).
- INTERNATIONAL EVENTS GROUP INC., **The Official 1990 Directory of Festivals Sports and Special Events Directory**, Third Edition, Chicago (CET).
- INTERNATIONAL INSTITUTE OF TOURISM STUDIES, **Tourism Policy Forum Interim Report: Global Assessment of Tourism Policy**, March 1991, 13 p. (CRDT).
- JANODY, Robert, **Modèle d'analyse des coûts de développement et d'opération d'un projet hôtelier: rapport final**, Coopers et Lybrand pour le ministère du Tourisme, 1991, 27 p. et annexes (MTM) (MTQ) (CET).
- JANODY, Robert, **Tendances et situation actuelle de l'hébergement commercial au Québec, rapport final**, Coopers et Lybrand pour le ministère du Tourisme, 1991, 15 p. (MTM) (MTQ).
- JOLIN, Louis, SAMSON, Marcel, **La volonté de favoriser le départ en vacances: une préoccupation mondiale (des formules et des mesures appliquées en Europe aux choix distinctifs du Québec)**, ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, Département d'études urbaines et touristiques, Université du Québec à Montréal, Montréal, juin 1991, 66 p. (CET).
- KUSLER, J.A., **Ecotourism and Resource Conservation - A Collection of Papers - Volume 1 and Volume 2**, 1991, 515 p. (CRDT).

- LANQUAR, Robert, **Les parcs de loisirs**, Paris, Presses universitaires de France, Collection Que sais-je?, no 2577, 1991, 125 p. (CET).
- LEVENTHAL, Kenneth and Co., **International Resort Industry Report**, 1990, 22 p. (CRDT).
- LEXINGTON, Ky, **Economic Impact Analysis Motorcoach going to Québec**, National Tour Association, 1990 (MTM) (MTQ).
- LINDBERG, K., **Policies Of Maximizing Nature Tourism's Ecological and Economic Benefits**, February, 1991, 37 p. (CRDT).
- LOYACONO, L.L., **Travel and Tourism - A Legislator's Guide**, January 1991, 116 p. (CRDT).
- MIECZKAWSKI, Zbigniew, **World Trends in Tourism and Recreation**, New York: Peter Lang, 1990, 370 p. (MTQ) (CRDT).
- MILL, Robert Christie, **Tourism: The International Business**, University of Denver, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1990, 372 p. (MTQ).
- MINISTÈRE DES TRANSPORTS, Service de la statistique et de l'économie des transports, **Bilan du transport au Québec. Activités 1990**, ministère des Transports du Québec, 1991, 51 p. (CET).
- MINISTÈRE DU TOURISME, **Énoncé de politique et plan d'action en matière de tourisme**, Gouvernement du Québec, 1992, 95 p. (CET).
- MINISTÈRE DU TOURISME, **Étude sur le phénomène des centres de «Factory Outlet» en Amérique du Nord et des possibilités touristiques de cet équipement au Québec - rapport final**, février 1991, 47 p. (CRDT) (CET).
- MINISTÈRE DU TOURISME, **Rapport annuel 1990-1991**, Les Publications du Québec, 1991, 26 p. (CET).
- MINISTÈRE DU TOURISME, **Revue de presse: dossier casinos, 1990-1991**, vol. 1-8-9 (MTM) (MTQ) (CET).
- MINISTÈRE DU TOURISME, Service de l'accueil, **Programme de formation du préposé aux renseignements touristiques**, ministère du Tourisme, Cahier du participant, 1990, 153 p. (CET).
- OCDE, Comité du tourisme, **Manuel sur les comptes économiques du tourisme**, Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE), Paris, 1991, 133 p. (CET).
- OFFICE DU TOURISME DE LAVAL, **Rapport annuel 1990-1991**, 44 p. et annexes (CET).
- OFFICE MUNICIPAL DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE QUÉBEC (OMDEQ), **Profil économique: Ville de Québec**, 1990, 164 p. (CET).
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Annuaire des statistiques du tourisme**, Madrid, 43e édition, volume I, 168 p., volume II, 757 p. (CET).
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Contrôle de qualité des produits et services touristiques**, 1988, 34 p. (CET).
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Economic Review of World Tourism: Tourism in the Context of Economic Crisis and the Dominance of the Service Economy**, 1988, 105 p. (CET).
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Rapport sur le développement du tourisme, politiques et tendances**, Madrid, 1989, 503 p. (CET).
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Séminaire sur les nouvelles formes de demandes et les nouveaux produits**, mai 1991, 153 p. (CRDT).
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Stations touristiques intégrées - synthèse**, 1991, 22 p. (CRDT).
- PATA, **Segmentation Study of Potential Holiday Travellers from Canada to the Pacific-Asia Area**, 177 p. (CRDT).
- Présentations et mémoires déposés lors des assemblées publiques de la Commission sur la promotion du produit touristique montréalais** (CET).
- PRICE WATERHOUSE, **Canadian Lodging 1990**, Toronto (MTQ) (CET).
- ROCHE GROUPE-CONSEIL, **Lien inter-rives dans le golfe du Saint-Laurent et dessert maritime de l'île d'Anticosti: étude de faisabilité**, Corporation du lien inter-rives, Sainte-Foy, 1988, 83 p. (MTM) (MTQ).
- SHIMOMURA, Kazushige, **Japanese Tourists Shopping Pattern in Canada**, Waterloo: University of Waterloo, 1991, 66 p. (CET).
- SMITH, Stephen L.J., **A Review of the 1986-1991 Canada/US Multi-National Tourism Research Projects**, Research branch Industry, Science and Technology Canada-Tourism, 1991, 55 p. (MTQ).
- SOCIÉTÉ DU PALAIS DES CONGRES DE MONTRÉAL, **Rapport annuel 1990-1991**, 1991, 28 p. (CET).

## L'AGENDA TOURISTIQUE par Charles Bélanger

### ■ ÉVÉNEMENTS LOCAUX

- **Gala national des Grands Prix du Tourisme**  
Organisé par le ministère du Tourisme du Québec  
Vendredi, le 8 mai 1992  
Palais des congrès de Montréal  
Info.: (514) 873-3364
- **Colloque sur le tourisme urbain**  
Organisé par la revue *Téoros* dans le cadre du Congrès de l'ACFAS se tenant du 11 au 15 mai 1992  
Lundi, le 11 mai 1992  
Université de Montréal  
Info.: (514) 987-4585 ou 987-8534  
Voir page couverture, le programme de ce colloque

### ■ ÉVÉNEMENTS NATIONAUX

- **Semaine nationale de sensibilisation du tourisme**  
Organisée par l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC)  
11 au 17 mai 1992  
Info.: (613) 238-3883

### ■ ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX

- **First Asia-Pacific Region Conference on Tourism and Sustainable Development in Developing Countries**  
Organisée par University of Queensland, Department of Geographical Sciences  
Brisbane, Australie  
26 avril au 2 mai 1992  
Info.: Fax: (07) 365-4355
- **Séminaire sur «L'industrie touristique face à la construction européenne communautaire»**  
Organisé par l'Organisation mondiale du Tourisme  
Bruges, Belgique  
5 et 6 mai 1992
- **Islands of the World III**  
Conférence organisée par International Small Island Studies Association  
Nassau, Bahamas  
18 au 21 mai 1992  
Thème: Tourisme, gestion de l'environnement, préservation des traits historiques, développement économique, changements sociaux  
Info.: (403) 282-7687
- **Colloque international sur le tourisme et l'environnement au service du développement durable des grands fleuves**  
Organisé conjointement par la Société de développement économique du St-Laurent (SODES), l'UQAM et le Centre St-Laurent (Environnement Canada)  
Montréal, Canada

31 mai au 3 juin 1992  
Info.: (514) 283-9202

- **International Conference of Financing of Integrated Tourism Development in the Caribbean Basin**  
Organisée par l'Organisation mondiale du Tourisme  
Puerto Rico  
1er au 3 juin 1992
- **Le «Sommet de la terre»**  
Conférence des Nations-Unies sur l'environnement et le développement  
Rio de Janeiro, Brésil  
1er au 12 juin 1992
- **VIII Congress on Leisure and New Citizenship** organisé par l'European Leisure and Recreation Association (ELRA)  
Bilbao, Espagne  
9 au 14 juin 1992  
Info.: Fax: (344) 446-7438
- **Conférence annuelle de la Travel and Tourism Research Association (TTRA)**  
Minneapolis, États-Unis  
14 au 18 juin 1992  
Info.: (801) 581-3351
- **Conférence annuelle de Meeting Planners International (MPI)**  
Détroit, États-Unis  
28 juin au 1er juillet 1992
- **Tourism in Europe - The 1992 Conference**  
Centre for Travel and Tourism, Newcastle Business School  
Durham Castle, Grande-Bretagne  
8 au 10 juillet 1992

### ■ FOIRES/EXPOSITIONS/SALONS

- **Salon Vacances et Loisirs d'été**  
Montréal  
2 au 5 avril 1992
- **Rendez-Vous Canada**  
Montréal  
12 au 16 avril 1992
- **Expo '92 - Exposition universelle**  
Séville  
20 avril au 12 octobre 1992
- **Travel and Leisure Show**  
Toronto  
23 au 26 avril 1992

SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE DES PONTS COUVERTS, **Nos 100 ponts couverts: proposition pour une politique de conservation des ponts de bois dans la province de Québec**, Saint-Eustache, 1991, 15 p. (MTQ) (CET).

STATISTIQUE CANADA, **Touriscope. Voyages internationaux. Dénombrement national et provincial**, avril-juin 1991, 84 p. (CET).

TOURISME CANADA, **Forfaits urbains au Canada: état du produit et possibilités offertes**, 1991, 172 p. (MTQ) (MTM) (CRDT) (CET).

TOURISME CANADA, **L'avantage concurrentiel au Canada sur le Japon du point de vue des activités sportives**, août 1991, 16 p. (CRDT).

TOURISME CANADA, **Plan commercial du marché du tourisme du Royaume-Uni**, août 1991, 63 p. (CRDT).

TOURISME JEUNESSE, **Voir ailleurs... le travail à l'étranger rendu facile!**, Montréal, 1991, 278 p. (CET).

TRAVEL AGENT, **The Official Guide to Group Tourism Attractions**, October 28, 1991, 84 p. (CRDT).

TRAVEL AND TOURISM RESEARCH ASSOCIATION, **Tourism: Building Credibility for a Credible Industry**, Twenty-Second Annual Conference, Long Beach, California, June 9-13 1991, TTRA, octobre 1991, 483 p.

TUBOEUF, Nathalie, **Regard sur le développement touristique des communautés autochtones du Québec**, Université d'Angers, mémoire de maîtrise, 1991, 123 p. et annexes (CET).

UNITED STATES TRAVEL AND TOURISM ADMINISTRATION, **Summary and Analysis of International Travel to the United States: March 1991**

**and Year-to-Date**, Washington, D.C., United States Department of Commerce, vol. 1, 1991 (MTQ).

US TRAVEL DATA CENTER, **The 1990-1991 Economic Review of Travel in America**, Washington, D.C., 1991, 54 p. et annexes (CET).

WATER, Somerset R., **Travel Industry World Year Book: The Big Picture**, New York: Child and Waters Inc., 1991, 155 p. (MTM) (MTQ) (CET).

WITT, Christine A., WITT, Stephen F., **Modeling and Forecasting Demand in Tourism**, London Academic Press Limited, 1992, 1995 p. (CET).

WORLD ASSOCIATION OF TRAVEL AGENCIES (WATA), **World Wide Travel Agency and Hotel Tariffs 1992 Master Key**.